

*Proyecto: Identidades, experiencias y discursos sociales en conflicto en torno a la pandemia y la pospandemia: un estudio multidimensional sobre las incertidumbres, odios, solidaridades, cuidados y expectativas desiguales en todas las regiones de Argentina*

## **Informe de registro: Etnografía de redes - Segunda etapa**

### **Descripción de la muestra**

Se relevaron 490 posts provenientes de 56 grupos y fan pages de Facebook y 119 cuentas de Instagram, publicados entre el lunes 1 y el domingo 7 de noviembre de 2022. Esas cuentas y grupos/fan pages fueron los siguientes:

<b>Facebook: 56</b>	
1	Aica Argentina
2	Ann Landers es una vieja aburrida
3	Soy anti macrista
4	Argentina liberal
5	Argentina para todos
6	Argentina Unida
7	Ciudadanos por la verdad
8	denuncia ya
9	Eco-Anarquismo
10	Ministerio de Educación de la Nación Argentina
11	Ministerio de Educación de la Ciudad de Buenos Aires
12	Resistencia anti-sistema
13	Frente de Izquierda FIT

14	Gestión Mauricio Macri PRESIDENTE- PRO
15	Quiero vacunarme en caba
16	TOD☀S con Alberto Y Cristina
17	yo banco al frente de izquierda
18	El anti K
19	No somos boludos
20	Foro de educadores críticos
21	Vamos con Cristina a liberar el país
22	Desarmando la falsa pandemia (plan demia)
23	Evita inmortal !!!
<u>24</u>	Realidad Política Anti-liberfascista
25	Profesorxs y preceptorxs de secundaria por el derecho a la educación
26	Libertarios Argentina
27	Patricia Bullrich Presidente, Paula Oliveto vicepresidente
28	Familias por retorno seguro a las escuelas
29	Leandro SantoroARCaba 2023
30	frente de todos
31	Aníbal Fernández atendedor de boludos
32	La política en Argentina
33	Grupo de ADN
34	Docentes contra la presencialidad en pandemia
35	👎ANIBAL 👎
36	la grieta argentina
37	Libertario Republicano - Espert (PBA) - Milei (CABA), 2021
38	Yo voto a Macri
39	👉Libertarios❤️
40	Resistiendo con aguante

41	Frente de Todos Campaña 2021
42	Jóvenes republicanos
43	KirchnerismoNuncaMas
44	Ministerio de salud de la Nación
45	Padres Organizados 2020
46	Papa Francisco (No oficial)
47	Partido Obrero
48	Periodismo y punto
49	No vuelven mas
50	Política argentina
51	PRO
52	Liberales Argentinos
53	resistencia argentina
54	UCR Capital
55	Docentes y un espacio en común.
56	La única verdad es la realidad

### Instagram: 119

1	@agenciaaica
2	@alferdezok
3	@anibaldomingoferandez
4	@anti_progres
5	@c5n
6	@Cadena 3 Argentina
7	@cienciaytecnologiaar

8	@clarincom
9	@ContextoTucumán
10	@conurban_memes
11	@cordobaok
12	@CórdobaTimes
13	@cristinafkirchner
14	@cronicaweb
15	@CynthiaHotton
16	@dafneschilling
17	@danielfilmus
18	@DiarioUnoMendoza
19	@diegosantilliok
20	@don.gorilon
21	@educacion.ar
22	@educacionba
23	@EICiudadanoMendoza
24	@EIDIariodeCarlozPaz
25	@elizabethgomezalcorta
26	@elisalilitacarrio
27	@DiarioEISolMendoza
28	@eugeniarolon
29	@esdeantik
30	@evangelicos.com.ar
31	@fabballarini
32	@feminacida
33	@filonewsok
34	@frentedetodos

35	@gobiernodeformosa
36	@horaciorodriguezlarreta
37	@DiarioHoyDíaCórdoba
38	@iglesiauniversal
39	@inakigutierrez
40	@infocielo
41	@javiermilei
42	@jschiaretti
43	@juangrabois
44	@juntosporelcambio
45	@kicillofok
46	@la_mentira_progre_se_acabo
47	@LaGacetaTucumán
48	@lanacioncom
49	@lanatappt
50	@lapoliticaenmemes
51	@lapoliticaonline
52	@Lavozdelinterior
53	@leandrosantorook
54	@LosAndesDiario
55	@losherederosdealberdi
56	@luanavolnovich
57	@madorni
58	@manesfacundo
59	@mariuvidal
60	@martintetazok
61	@mauriciomacri

62	@DiarioMDZOnline
63	@memesparratodes
64	@ministerioeducacionsf
65	@msalnacion
66	@myriambregman
67	@nico_del_cano
68	@omarperotti
69	@c5n_noticias
70	@laoposicionantik
71	@fernandoiglesias1957
72	@unrepublicana
73	@partidolibertariocaba
74	@peronismok
75	@indignadoxd
76	@memes.de.politica.argentina
77	@ivinadal
78	@santiagocafiero
79	@todonoticias
80	@peronismok
81	@bastaderelatos__
82	@diarioconclusion
83	@martinsoriaok
84	@joseluisespert
85	@jaimeperczyk
86	@wadodecorrido
87	@dolfirubinstein
88	@telefenoticias

89	@agustinlaje
90	@baeducacion
91	@martinguzman_ok
92	@rauljalil_ok
93	@lomejordecronica
94	@casarosadaargentina
95	@enlacejudio
96	@progres_no_gracias
97	@quepasasalta
98	@gcba
99	@patobullrich
100	@PeriodicoMóvil
101	@periodistadeperon
102	@peronistaskirchneristas
103	@pibes.libertarios
104	@politik_argentina
105	@provinciaba
106	@rabinoisaacsacca
107	@Radio Dos (Corrientes)
108	@Radiomariajoven
109	@sergioberniarg
110	@sergiomassaok
111	@soledad_acunia
112	@soymacrista
113	@TucumánNoticias
114	@viatandil
115	@vivanacanosok

116	@vtolosapaz
117	@padres.org.caba
118	@el_hijo_del_chipi
119	@wanda_nara

### **Metodología: Etnografía virtual para análisis en comunicación (EVAC)**

A través de la EVAC buscamos en las materialidades discursivas de Instagram y Facebook la aparición de determinadas operaciones ideológicas. Es decir, buscamos reconocer, en los decires organizados ideológicamente, sentidos comunes. El análisis identifica formaciones discursivas que operan en los fragmentos textuales, teniendo en cuenta la incidencia de los códigos, parámetros de uso, hábitos y prácticas específicas en cada plataforma, como modulaciones particulares determinadas por la tecnicidad específica de cada medio.

Buscamos detectar, sistematizar y analizar la circulación de los decires organizados ideológicamente en zonas privilegiadas del espacio público (en este caso, virtual). En este sentido, y en coherencia con el diseño general de la metodología de análisis de medios y redes, este estudio específico tiene como objetivo la reconstrucción de formaciones discursivas e ideológicas que tendencialmente y de modos contradictorios conforman la existencia significativa del espacio público. Por ese motivo, no buscamos analizar el uso de la plataforma o al usuario del medio o lo que “piensa la gente”, sino cómo se organizan socialmente los sentidos y como allí incide la ideología.<sup>1</sup>

### **Criterios para la confección de la muestra de relevamiento**

El relevamiento en redes sociales se realizó sobre posteos en Facebook e Instagram, organizando su recolección a partir de grupos y fan pages en Facebook y a partir de

---

<sup>1</sup> Para mayor información sobre la metodología utilizada ver El Libro de Códigos del Análisis Materialista del Discurso Ideológico (AMDI).



cuentas de creadores, cuentas personales o cuentas institucionales/empresas en Instagram.

En particular, en esta segunda etapa de relevamiento, hemos invertido la proporción entre cuentas de Instagram y comunidades de Facebook, dado que observamos durante el primer relevamiento una alta condensación de ideologemas en los comentarios de esta última red social.

En cuanto a las características técnicas de las Redes Sociales, recordamos que en Facebook encontramos que se condensan y agrupan la producción y circulación de enunciados e ideologemas del mismo matiz y tenor de manera “espacial”, por lo que para el relevamiento de esta red utilizamos grupos o fan pages que permitieran comentarios de publicación sin moderación. Tal como hemos desarrollado en el primer informe, la muestra de posts de Facebook se constituyó a partir de grupos de usuarios y fan pages porque consideramos que allí se condensan las significaciones comunes y las cristalizaciones e interpelaciones ideológicas. Los grupos y fan pages se conforman en las redes como comunidades virtuales que comparten un universo simbólico común y que se reconocen como parte de una comunidad interpretativa, configurada por ellos mismos alrededor de un objeto/objetivo común, permitiéndonos acceder a las condensaciones de ideologemas.

En Instagram la tecnicidad propia de la red social fomenta un funcionamiento de agrupabilidad de producción y circulación de unidades de significación a partir de la replicabilidad y la reproducción, por lo que el criterio de la muestra de las cuentas seleccionadas se constituyó a partir de las que se configuraran como “referentes de opinión” (Lazarsfeld) en las temáticas de relevancia para este estudio.

Los referentes de opinión se reconstruyeron a partir de la identificación de cuentas que suscitaron una cantidad significativa de interacciones y que funcionan, por ende, con capacidad de instalación de sesgos temáticos en este espacio público virtual, aunque prescindiendo del efecto de referencia que restituye de modo empirista una vinculación directa entre la cuenta y su “usuario” empírico (sea este un individuo, organización o conjunto de individuos).

Los posts relevados tanto de los referentes de opinión en Instagram como de los grupos/fan pages en Facebook son tomados, por tanto, abstrayendo a los usuarios empíricos para concebir en cambio la construcción discursiva en cada red social como espacios condensadores de ideogramas y como superficies para analizar marcas de las configuraciones identitarias.

A modo de síntesis, los criterios subyacentes a la selección de grupos/fan pages y cuentas para relevar son:

- Condensadores temáticos de ideogramas de acuerdo a la relevancia de este estudio<sup>2</sup>
- Referentes de opinión caracterizados por la capacidad de generar una cantidad significativa de interacciones y/o por la capacidad de instalación de sesgos temáticos en este espacio público virtual.
- Diversidad de líneas editoriales.
- Diversidad de matices ideológicos.
- Grupos, fan pages o cuentas con incidencia pública.
- Criterio de factibilidad, dado por la cantidad de personas a cargo del relevamiento.

### **Informe del archivo de redes sociales**

El archivo de las redes sociales está compuesto por los 490 posts relevados con los comentarios principales en el caso de que tuvieran.

La selección de los posts en las cuentas, grupos y fan pages durante la semana de relevamiento se realizó a partir de los siguientes criterios:

- Posts que contuvieran ideogramas (carga ideológica).
- Posts con ideogramas en relación a la pandemia - pospandemia.
- Posts con ideogramas en relación a los distintos campos discursivos relevados:

---

<sup>2</sup> Se consideraron como parámetros de las dimensiones temáticas los parámetros otorgados por las sub-redes del PISAC.

- Mención a prácticas / actitudes colectivas y/o individuales que aparecen deslegitimadas / criticadas / moralizadas.
  - Mención a consecuencias económicas y sociales de la pandemia. Mención a grupos específicos y territorios particulares afectados.
  - Referencias a la conducta, el compromiso, la moral o responsabilidad de políticos, funcionarios, gestiones de gobierno (diferentes niveles), partidos relacionadas con la pandemia/pospandemia.
  - Referencias a las relaciones internacionales, geopolíticas y/o a la comparación con otros países.
  - Tensiones y dilemas en torno al cuidado de la salud, el cuerpo, la naturaleza y el medioambiente.
  - Mención a la virtualización de la vida (o algunos aspectos de ésta).
  - Mención a la construcción-trastocamiento de la normalidad en función de la pandemia y hacia la pospandemia.
  - Mención a la percepción de la temporalidad en relación con la pandemia y la pospandemia.
  - Controversias o disputas vinculadas al saber, las creencias y las concepciones sociales sobre ciencia y tecnología, así como a los métodos y técnicas de saber alternativos.
  - Dilemas morales y controversias políticas asociados a la educación.
- Criterio de factibilidad, dado por la cantidad de personas a cargo del relevamiento.

### **Principales tendencias encontradas en el archivo**

Durante la primera etapa de relevamiento en abril de 2021 ya observábamos una tendencia en las Redes Sociales a que la referencia explícita a la “pandemia” apareciera de manera eludida o directamente no apareciera en absoluto. Nuestra

hipótesis de lectura de este fenómeno era que, dado el funcionamiento, los usos, prácticas y características propias de las redes sociales; los enunciados tienden a ser limitados en caracteres, y a su vez, se constituyen comunidades de sentido en las cuales no se reponen sentidos comunes en cada enunciado/posteo. De este modo, se utilizan modalidades de enunciación que tienden más a figuras de metaforización, metonimias, ironías y alusiones a sentidos comunes condensados en imágenes o memes que al despliegue de argumentos de gran contenido textual, por lo que las alusiones a la coyuntura pandémica no aparecen de manera textual, sino que se dan por sentadas en la gran mayoría de los casos.

Este mismo fenómeno se mantuvo en el relevamiento de la segunda etapa, por lo que continuamos considerando a la pandemia a modo de “contexto general” sobre el cual se producían los posteos. Tomando a la pandemia como contexto, todos los posteos producidos en los grupos/fan pages y cuentas seleccionadas eran factibles de ser relevados si cumplían con los criterios de selección descriptos anteriormente. De todos modos, hemos encontrado en esta segunda etapa de relevamiento más menciones o alusiones directas a la pandemia que en el primer relevamiento, tal como se destaca a continuación.

## **Ejes principales**

### 1) Pandemia como catalizador de la **inmoralidad**

En este primer campo de significaciones la cristalización de ideogemas está dada en relación a la “inmoralidad”. La inmoralidad aparece ligada predominantemente a la gestión del Gobierno Nacional, y en estos casos, en relación a la “ineptitud” y a la “corrupción”. Lo que se observa en esta construcción ideológica es un desplazamiento de las significaciones en la pandemia hacia una moralización de la política en general y hacia una moralización de las calificaciones de la gestión del gobierno nacional en particular - sobre todo en relación a las políticas y decisiones tomadas en función del contexto pandémico -. De este modo, se establecen sinominias en torno a un “gobierno de inmorales” por ser un “gobierno de ineptos” o “gobierno de corruptos”.

En el archivo, se evidencian estas operaciones de cristalización ideológica a partir de las materialidades significantes que emergieron a raíz de la “tardanza del gobierno

para el comienzo de la vacunación”, “la corrupción en la distribución de las vacunas en la población”, el “Vacunatorio VIP”, “las reglas de la casta política no son para todos”, entre otras.

## 2) Pandemia como catalizador del **autoritarismo**:

Otro de los grandes ejes que aparece es el de la pandemia como un gran catalizador del autoritarismo. Esta cristalización ideológica se pone a jugar en varias dimensiones, pero la principal opera en oposición a la “libertad”. La significación que se configura en torno a “libertad”, condensa una configuración ideológica que apunta al gobierno como “autoritario” en función de cercenar las libertades individuales, sobre todo en relación a la libertad de circulación (encierro durante la pandemia) y de decisión sobre el propio cuerpo (desde el uso de los barbijos hasta “yo hago lo que quiero, sí quiero morirme, me muero”).

En este punto cualquier medida estatal durante la pandemia era plausible de ser considerada “autoritaria”. De esa manera, se produce un desplazamiento hacia “autoritarismo” como sinónimo de “estatalismo” o “intervención estatal”. Esto se ve en expresiones como “menos estado, más felicidad, libres sí”, “con el autoritarismo nos aislan del mundo”, “sigue la kuka libre”, entre otras.

Encontramos en esta configuración ideológica una concatenación con “autoritarismo populista”. Aquí “populismo” opera en sinonimia con “autoritarismo” y con “aislamiento”. Esto se observa en materialidades significantes como por ejemplo: “(el Presidente) nos aísla de la comunidad internacional por apoyar a los regímenes de Cuba, Nicaragua, Venezuela”, “Somos Venezuela”, “Para cuándo la vacuna contra el populismo?”, entre otras.

En la Cumbre del G20 y en Glasgow emergieron también significaciones e ideologemas en relación al aislamiento y la “soledad” de Argentina en el mundo, “por fuera de la comunidad internacional”: “estamos solos”, “el presidente habló con el auditorio vacío”, “estamos aislados”, “no lidera nada”.

Un tercer campo discursivo con otras construcciones ideológicas emergió en relación al autoritarismo y a la falta de libertad “de consumo”. El mismo rondó en torno a los

impedimentos para comprar productos en el extranjero, comprar en dólares, las dificultades para viajar o los impuestos excesivos. Recordemos que el relevamiento fue anterior a la quita de la compra de los pasajes al extranjero en cuotas y este tema ya aparecía en el espacio público de las redes sociales. La construcción ideológica en este caso está enfatizada en la noción de la “libertad de irse-quearse” - “querer salir del país” con un desplazamiento hacia la “salida del país” como “futuro” por fuera del país (“La salida está en Ezeiza”). De este modo la construcción ideológica está emplazada en el cercenamiento de la libertad de “circulación” (no poder viajar o moverse por las “trabas” impuestas por el Gobierno) hasta el cercenamiento de la “libertad de consumo” (no poder consumir “lo que se quiere”, además, por las “trabas” impositivas, por ejemplo).

De esto también se derivan las mismas concatenaciones y desplazamientos que en el punto anterior en relación al Gobierno como: régimen autoritario, aislamiento del país, comunismo; pero se suman nuevos desplazamientos en relación a que la “salida” o “el futuro” es irse del país.

### 3) Basta de la **Pandemia - (Plandemia)**

*“No al carnet verde, No a los gobernantes corruptos, No más genocidio, No más discriminación, No más CIRCOVID, no más PLANDEMIA”*

Lo que se observa es la emergencia de todo un campo discursivo en relación o la nula existencia de la pandemia (que nunca existió) o que ya es hora de “dejar atrás a la pandemia para empezar a pensar en otra cosa”. Las afecciones en ambos campos discursivos en relación a “basta de pandemia” se dan con hartazgo y molestia.

En la segunda vertiente en torno a “dejar atrás la pandemia”, las configuraciones ideológicas se observan en relación a “pasar de página” para “comenzar desde cero”. Se evidencia en ideologemas como: “soltar la pandemia”, “si seguimos pensando en la pandemia no salimos más de este pozo”, “nunca le dan buenas noticias a la gente si siguen con lo de la pandemia”, “el barbijo hasta cuándo?”, “la pandemia ya terminó”.

En contraposición, en el primer campo discursivo la configuración ideológica se configura como que nunca hubo una pandemia y se observa una concatenación con

la adjudicación a la “casta política” de la responsabilidad de la explotación de “una idea de pandemia global”. De allí el significante que condensa la carga ideológica “Plandemia”. En esta configuración ideológica lo que configura el “plan de acción” es “despertar a la gente” o como se encontró en varias materialidades significantes: “desconectar a la gente de la matrix”, “mostrarles la verdad”, “basta de gente dormida”, “tienen empolia mental”, “sacarles la venda de los ojos y el bozal de la cara”.

Los gobiernos y políticos aparecen como responsables de inocular la idea de la pandemia y el miedo en la gente, configurándose una operación ideológica por la cual los gobiernos aparecen como autoritarios (ver punto 2). Las medidas y políticas que más aparecen mencionadas como autoritarias son las que versan sobre el aislamiento poblacional y las vacunas como intervención sobre los cuerpos.

Proyecto “Identidades, experiencias y discursos sociales en conflicto en torno a la pandemia y la pospandemia: un estudio multidimensional sobre las incertidumbres, odios, solidaridades, cuidados y expectativas desiguales en todas las regiones de Argentina”

**Equipo de Análisis de Medios y Redes**

**Diseño de Instrumento:** Pablo Carrasco, Silvia Hernández, Carolina Ré, Natalia Romé, Martina Sosa

**Asesoramiento:** Valeria Car, Liliana Córdoba

**Equipo de Coordinación de relevamiento:** Valeria Car, Ariel Gómez Ponce, Silvia Hernández, Adrián Negro, Ramiro Parodi, Carolina Ré, Natalia Romé, Martina Sosa

**Equipo de relevamiento y composición de archivo:** Natalia Eva Ader, Magalí Ahumada, Pilar Mercedes Alzina, Gisele Andrea Bilański, Rodrigo Bruera, Andrés Carbel, Agustina Cuadros, Andrea D’Atri, Lihúen Daurade Magneres, Natalia Di Marco, Juliana Esquivel, Alfredo Oscar Fernández, Lucas Emilio Fernández, Luisina Gareis, Alfredo Isasmendiz , Marien Nahir Juairi, Sofía Xiomara Moure Jorge, Guillermina Oviedo, Paula Pucheta, Ana Laura Núñez Rueda, Sofia Rodríguez, Juan Ignacio Spólita, Matias Thierer, Claudio Veliz, Graciana Zarauz

**Mail de contacto:** [mediosyredespisac@gmail.com](mailto:mediosyredespisac@gmail.com)